

Sumarizace skupinového dialogu

1. Co je digitalizace a jaký má vliv na firmy?

Digitalizace je hlavně o změně. O tom, že změníte něco, co vám léta nějak fungovalo, ale co aktuálně může běžet mnohem lépe a efektivněji. Digitalizace firmy je integrace digitální technologie do všech oblastí podnikání. Výsledkem jsou zásadní změny ve způsobu fungování firmy. Společnosti využívají tento proces k tomu, aby předělaly své podnikání tak, aby bylo efektivnější a ziskovější.

Jaké jsou hlavní výhody digitalizace?

Digitalizace nám pomáhá zefektivnit procesy ve firmě, zlepšit vztahy se zákazníky, snižuje tlak na zaměstnance, získat lepší kontrolu nad obchodní dokumentací, lepší využití dat pro rozhodování a úsporu nákladů. Digitalizace také umožňuje firmám být agilnější to znamená... Různé nástroje nám umožňují rychlejší zavedení produktů na trh a jejich nepřetržité zlepšování

Jaké výzvy přináší digitalizace pro firmu?

Mnoho pracovníků může mít strach z digitalizace ve své firmě, jelikož mají nějaké často dlouholeté zavedené postupy a najednou by museli přistupovat ke své práci jinak než doposud. Řešením může být provádět digitalizaci po malých krůčcích ve spolupráci s odborníkem, který nám pomůže, naučí nás používat nové nástroje a provede nás digitalizací našeho podniku.

Další brzdou pro digitalizaci může být také obava z neúspěšné investice do digitalizace.

V dnešní době je však mnoho nástrojů, díky kterým může digitalizace vyjít levněji.

V poslední době je velkou pomocí i AI, které nám může při správném využití ušetřit hodně nákladů. Je důležité při digitalizaci postupovat pomalu, protože pokud budeme na digitalizaci příliš tlačit může dojít k nesprávné implementaci, k chybám a ztrátám dat.

Zaměstnanci se také potřebují naučit pracovat s každou novou technologií, kterou zavedeme. Další výzvou, se kterou si musí firmy při digitalizaci poradit je ochrana dat před ztrátou. Kyberútoky a úniky dat jsou v dnešní době časté a musíme zavést bezpečnostní opatření, abychom se nemuseli vypořádávat s finančními ztrátami, nebo s poškozenou reputací

2. Jaké jsou typy digitalizace ve firmě?

Ve firmách lze digitalizaci realizovat prostřednictvím různých nástrojů: cloudových služeb, které umožňují snadné sdílení dat a souborů přes internet; umělé inteligence, jež zpracovává data, predikuje trendy a automatizuje procesy; a IoT zařízení, která propojují firemní technologii s internetem. Dále jsou klíčové ERP systémy pro řízení podnikových zdrojů a CRM systémy, které optimalizují správu vztahů se zákazníky. Digitalizaci podporují také analýzy big dat, jež pomáhají firmám lépe porozumět trhu a zefektivnit jejich činnosti.

3. Jak si dnes české firmy vedou v oblasti digitalizace?

Podle průzkumu společnosti Software602 má 33 % českých firem velmi nízkou míru digitalizace a více než polovina ji považuje za zbytečnou nebo příliš nákladnou. To může ohrozit jejich konkurenceschopnost, protože zahraniční firmy v ČR již digitalizaci většinou zvládly. Hlavními motivacemi pro digitalizaci jsou zrychlení procesů a zjednodušení práce, přičemž papírové dokumenty stále uchovává 85 % firem.

4. Proč je Alza jedničkou na trhu a jaké využívá technologie v oblasti digitalizace?

Alza je česká společnost, která se již několik let drží na špici trhu s elektronikou. Od roku 2021 dosahuje ročního obrátu přes 40 miliard korun. Jedním z klíčových faktorů jejího úspěchu je významná investice do technologie AutoStore, do které společnost vložila miliardu korun. Tento systém zahrnuje více než 400 robotů a přes 40 příjmových stanic, což umožňuje zkrátit dobu expedice objednávek z původních dvou hodin na méně než 30 minut. Navíc technologie minimalizuje plýtvání obalovými materiály, což přispívá k udržitelnějšímu provozu.

E-shop Alza nabízí také program Alza Partner, který pomáhá podnikatelům snadno vstoupit do online prodeje. Dalšími inovacemi jsou služby Alza Drive, umožňující bezkontaktní vyzvednutí objednávek přímo z auta, a Alzaboxy, díky nimž je vyzvednutí zásilek ještě pohodlnější. Web je optimalizovaný pro rychlé a intuitivní nakupování, včetně personalizace nabídek na základě preferencí zákazníků.

Oproti konkurentům, jako jsou Mall.cz nebo Heureka, Alza výrazně investovala do vlastní logistické infrastruktury a udržitelných technologií. Namísto spoléhání se na externí logistické služby provozuje robotizované sklady, což jí umožňuje dosáhnout rychlejšího doručení objednávek a lepší kontroly nad náklady. Tento technologický náskok jí zajišťuje vedoucí pozici na trhu.

Kombinací technologických inovací, vynikající zákaznické zkušenosti, silné infrastruktury a neustálého sledování globálních trendů Alza nejen drží krok se světovým vývojem, ale často ho i udává. Tímto přístupem si upevňuje svou pozici jedničky na trhu a nastavuje nové standardy v oblasti online nakupování.

5. Jakým způsobem Amazon využívá digitalizaci ke zlepšení zákaznické zkušenosti?

Amazon je jedna z největších a nejznámějších amerických společností, která se zaměřuje na elektronický obchod a cloudové služby. Je to jedna s nejhodnotnějších společností na světě. Cílem Amazonu je nahradit v rovnici lidí za technologie. Tato firma začala s prodejem knih, později e-knih v roce 1994.

Technologie Amazonu:

Amazon Go – Amazon Go je nový druh obchodu bez front a placení – pouze zboží vezmete a odejdete! Nákupní zkušenost bez nutnosti placení u pokladny je umožněna díky naší technologii Just Walk Out, která automaticky detekuje, že jsou výrobky odebrány z regálu nebo jsou do něj vráceny, přičemž je nákup zaznamenán ve virtuálním košíku. Když skončíte s nákupem, můžete z obchodu prostě odejít. Krátce poté vám naúčtujeme cenu na Váš Amazon účet a pošleme vám účtenku.

Alexa – Alexa je hlasově ovládaný virtuální asistent, využívá umělé inteligence. Alexu můžeme využít na odpovídání na dotazy, pro chytrou domácnost (dokáže ovládat např. termostat, světla, budík nebo chytré vysavače) ovládání mobilu nebo televize. Umožňuje také hlasové hovory a zasílání zpráv mezi uživateli Alexy. Nabízí různé hry, nebo přes alexu můžeme nakupovat na Amazon Store. Od roku 2021 Alexa zaujímá 25,9 % celosvětového trhu s digitálními asistenty, čímž překonává konkurenty, jako je Google Assistant (21 %) a Siri od společnosti Apple (11,7 %).

Amazon web service (AWS) - Největší světový poskytovatel cloudových služeb, který nabízí výpočetní výkon, úložiště dat, databáze, strojové učení, analytiku a další technologie.

Amazon Fresh – Služba rozvozu potravin. Online prodej čerstvých potravin, které jsou doručeny přímo zákazníkům domů. Společnost Rohlík, působící v Německu pod značkou Knuspr.de, převeze místo Amazon Fresh jako poskytovatel služby rozvozu potravin. Tato spolupráce zajistí Rohlíku přístup k široké základně německých zákazníků Amazonu, zejména těch s předplatným Prime, což mu umožní rychlejší rozšíření na německém trhu.

Amazon Logistics – Interní přepravní a doručovací služba, která zahrnuje drony (Amazon Prime Air), elektrická vozidla, robotiku a chytré sklady.

Amazon Prime Video – Streamovací platforma. Nabízí filmy, seriály, dokumenty a originální obsah (*Prime Originals*). Konkuruje službám jako Netflix nebo Disney+.

Amazon One – Biometrická technologie. Technologie rozpoznávání dlaně, která umožňuje zákazníkům platit nebo se přihlašovat k účtům pomocí skenu dlaně. Použití: Bezkontaktní platby a ověřování identity.

Amazon Scout – Doručovací robot. Samořídící robot navržený k doručování balíků v městských oblastech.

Proč je Amazon úspěšný:

Amazon se snaží upevnit svou pozici globálního lídra nejen v e-commerce, ale také v oblastech, jako jsou cloud computing, zábava, logistika a umělá inteligence.

Technologie, jako například Amazon Go (prodejny bez pokladen), Prime Air (doručovací drony) a Scout (roboty pro doručování), mají za cíl zrychlit procesy, snížit náklady na lidskou práci a zvýšit zákaznickou spokojenost.

Klíčovou strategií Amazonu je důraz na inovace a experimentování s nejnovějšími technologiemi. Příkladem je cloudová herní platforma Luna, která umožňuje hrát videohry bez nutnosti vlastnit výkonný hardware, nebo Alexa, chytrý asistent, který konkuruje řešením od Applu a Googlu. Společnost se také přizpůsobuje novým trendům v oblasti zdravotnictví a potravin, například prostřednictvím Amazon Fresh a Amazon Pharmacy.

Amazon zároveň investuje do technologií budoucnosti, jako jsou umělá inteligence, biometrické ověřování (například Amazon One) a rozvoj technologické infrastruktury. Tyto inovace mají zajistit nejen efektivnější provoz, ale také dlouhodobou konkurenceschopnost a lepší zákaznickou zkušenost.

.